

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Alasan Pemilihan Judul**

Dunia saat ini mengalami perubahan dan perkembangan yang kompleks dan cepat. Banyak penemuan-penemuan baru yang timbul di bidang teknologi yang maju. Demikian juga kebutuhan manusia semakin meningkat pula, baik kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani. Kebutuhan itu bukan hanya kebutuhan saat sekarang tetapi juga kebutuhan pada masa yang akan datang. Oleh karena itu manusia selalu berusaha menciptakan hal-hal yang baru yang dapat memenuhi kebutuhannya sekaligus meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

Akibat timbulnya penemuan-penemuan baru itu banyak perusahaan-perusahaan yang berdiri terutama di bidang industri. Berdirinya sebuah perusahaan industri dapat mendorong orang lain untuk mendirikan perusahaan baru yang menghasilkan produk baru, karena orang tersebut juga ingin memperoleh keberhasilan. Dengan demikian semakin banyaklah perusahaan-perusahaan yang berdiri, baik yang sejenis maupun tidak, sehingga mengakibatkan banyak produk yang beredar di pasaran dan akhirnya timbullah persaingan.

Adanya jarak antara produsen dan konsumen, maka perlu ada komunikasi. Akibat adanya jarak antara produsen dan konsumen, maka produsen tidak mungkin mendatangi setiap konsumen untuk

memberitahukan/memperkenalkan adanya produk yang baru yang beredar di pasar. Apabila produsen menghubungi langsung konsumen di berbagai daerah, maka hal ini akan meimbulkan kerugian bagi perusahaan baik dari segi waktu, tenaga dan biaya. Mengatasi hal tersebut maka perusahaan perlu memikirkan suatu cara untuk memperkenalkan produk yang dihasilkannya kepada masyarakat banyak. Adapun cara yang dilakukan perusahaan tersebut adalah dengan mengadakan kegiatan promosi.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Sebagai calon konsumen, kegiatan promosi ini bukan hanya memperkenalkan produk saja melainkan juga dapat mempengaruhi konsumen dari yang tidak beminat membeli menjadi ingin membeli karena sudah tertarik dan terpicat oleh promosi yang dilakukan perusahaan tersebut, dengan demikian volume penjualan akan meningkat sekaligus akan memberikan keuntungan yang lebih besar kepada produsen.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan akhir daripada penggunaan promosi bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan volume penjualannya.

Sekarang ini berbagai media massa seperti surat kabar, majalah, radio juga televisi sedang gencarnya mengadakan promosi dalam berbagai bentuk dari berbagai jenis produk. Maka penulis merasa tertarik mengadakan penelitian di PT. COCA COLA AMATIL INDONESIA